



«Podcastour»

La revolución del audio digital

Jésica Cristóbal Rodríguez

TFG dirigido por José Antonio Alcoceba Hernando

Grado Periodismo

Septiembre 2020

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN (UCM)

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

El/La abajo firmante **DECLARA** ser el/la autor/a del Trabajo de Fin de Grado que presenta como culminación de sus estudios de Graduado en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, para ser evaluado por la Comisión Evaluadora correspondiente y **desea hacer constancia de lo siguiente:**

1. **El trabajo es original e inédito** y es producto de su contribución intelectual, bajo la tutela de uno o varios profesores de esta Facultad.
2. **Las figuras, tablas e ilustraciones** que acompañan al trabajo representan fielmente los hechos informados y **no han sido alteradas digitalmente.**
3. **Todos los datos y las referencias** a textos y materiales ya publicados están **debidamente identificados y referenciados en el texto y en las notas bibliográficas.**

Nombre del autor/a: Jérica Cristóbal Rodríguez

Título del TFG: «Podcastour. La revolución del audio digital»

Para dejar constancia de lo anteriormente expuesto, se firma esta declaración en Madrid, a 1 de septiembre de 2020

Fdo.:





Índice

| | |
|--|----|
| Resumen | 1 |
| 1. Introducción | |
| 1.1 Brief creativo | 2 |
| 2. Desarrollo | |
| 2.1 Research | 2 |
| 2.2 Análisis | 5 |
| 2.3 Conceptualización | 7 |
| 2.4 Ideación | 8 |
| 2.5 Storytelling | 10 |
| 3. Epílogo | 11 |
| 4. Disposiciones finales | 12 |
| 5. Fuentes de información y referencias bibliográficas | 15 |
| 6. Anexos | 19 |

◆ RESUMEN

El *podcasting* es una nueva vía de comunicación y esta evolución del audio digital se ha producido gracias a la tecnología. Un podcast es un audio subido a la red con un *feed* RSS. Con la llegada de Internet se democratizaron los contenidos y los usuarios también podían generarlos, surgió el UGC: User Generated Content. Muchos profesionales de los medios tradicionales encuentran en el nuevo medio mayor libertad e independencia. El oyente percibe mayor veracidad y cercanía.

Palabras clave: podcasting, comunicación, audio digital, tecnología, UGC, RSS

ABSTRACT

Podcasting is a new platform of communication and this evolution of digital audio has occurred thanks to technology. A podcast is an audio uploaded to the network with an RSS feed. With the arrival of the Internet, content was democratized and users could also generate content, UGC emerged: User Generated Content. Many traditional media professionals find greater freedom and independence in the new medium. The listener perceives greater truthfulness and closeness.

Keywords: podcasting, communication, digital audio, technology, network, UGC, RSS

◆ INTRODUCCIÓN

1.1 Brief creativo

Se trata de seguir unas pautas para la correcta elaboración del Trabajo de Fin de Grado (TFG).

Son las instrucciones desde la que parte este proyecto: una pieza audiovisual, en formato podcast, cuya duración tiene que ser de 20 minutos aproximadamente.

Además se ha de incluir una memoria explicando el proceso creativo de dicho audio.

Y, a partir de ahí, no hay más directrices que las que marca la propia facultad de Ciencias de la Información: ceñirse a una tipografía, estructura y maquetación específicas.

◆ DESARROLLO

2.1 Research

Partiendo de la base de la existencia de un podcast propio llamado “Rock sin Maneras”, el cual se ha desarrollado en Inforadio (facultad de Ciencias de la Información) y de una pasión por la radio por parte de la autora de dicho podcast. No había duda de que la investigación para finalizar el grado de Periodismo debía de estar relacionada con este medio.

Esto unido a que el *podcasting* se encuentra en un momento de crecimiento vertiginoso, se juntaron el hambre con las ganas de comer. Así surgió la temática de este trabajo. Y dada la experiencia de realizar cinco temporadas de un podcast propio, no se concebía mejor manera para expresarlo que no fuera en un formato de audio.

Se ha realizado una búsqueda de expert@s, queriendo abordar el tema del *podcasting* desde diferentes perspectivas: académica, profesional, amateur, específica -en cuanto a la legalidad vigente-, con perspectiva de género y teniendo en cuenta la actualidad.

Es cierto que la cuarentena hizo mella en ciertos contactos que iban a participar en este trabajo; otros desaparecieron tras contestar al primer email de acercamiento. Fue el caso de Spotify y de Amazon con los que se mantuvo un primer acercamiento pero después nada más se supo. En el caso de Spotify derivaron la solicitud a su departamento para estudiantes y Amazon envió las instrucciones para enviarles el audio, pensando que la solicitud consistía en querer colaborar con ellos como autora.

A finales de marzo se iban a celebrar en Gijón las Jornadas Nacionales de Podcasting (JPOD) para las cuales se habían adquirido las entradas, pero al igual que los Juegos Olímpicos de Tokio éstas fueron canceladas por la pandemia del COVID-19 y el estado de alarma decretado por el gobierno el 14 de marzo. El viaje se suspendió. La organización quería retomarlas en septiembre, pero los nuevos rebrotes han hecho que se vuelvan a aplazar, y según anuncian, la última fecha para que las JPOD se celebren será del 13 al 15 de noviembre.

Afortunadamente, se habían celebrado en Madrid unas jornadas similares¹ el 4 y 5 de octubre de 2019 a las que sí se pudo acudir y que han servido como observación participante del proyecto. En este Congreso se recabó mucha información académica y testimonial sobre la situación actual del *podcasting* en España.

Gracias a José María Legorburu Hortelano, profesor titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad (Radio y Podcast), en la Universidad CEU San Pablo, se consiguieron algunas referencias para la aproximación al marco teórico: el libro de Toni Sellas “Podcasting, la (r)evolución sonora”, el de Luis Miguel Pedrero y José María Lastra “La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión académica y profesional”, entre otros.

¹ Organizadas por la Asociación Madrileña del podcasting (MADPOD)

El artículo de Richard Berry, «*Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium*» pone de manifiesto y deja como referencia que el podcast que marcó un punto de inflexión en el *podcasting* fue el llamado “Serial” de Estados Unidos. Un podcast de periodismo de investigación presentado por Sarah Koenig.

Y el artículo de Ainara Larrondo Ureta, Doctora en Periodismo y Máster en Historia Contemporánea por la Universidad pública de País Vasco, remarca la importancia de las plataformas online de radio y televisión para rentabilizar las producciones (Larrondo Ureta, 2015: 27). También señala a la BBC (British Broadcasting Corporation) como pionera en el lanzamiento de una plataforma de contenidos a la carta (BBC iPlayer) -año 2007-.

La búsqueda de contactos implica una gran labor de pre-producción. Algunos de ellos se han conseguido escribiéndoles directamente, como fue el caso de Roberto Castañares, Vane Balón, Juan Ignacio Solera, Francisco Izuzquiza y Antonio Runa. Pero otros han necesitado de un intermediario: Dolores Rodríguez Barba -miembro del Departamento de Periodismo y Comunicación Global de la facultad de Ciencias de la Información y directora de Inforadio- contactó con Gorka Zumeta; Yanna María Gutiérrez Franco -profesora de Economía Aplicada y Nodo de Igualdad en la facultad de Ciencias de la Información- facilitó el contacto de Anita Fuentes; José Antonio Alcoceba Hernando -profesor de Sociología en la facultad de Ciencias de la Información, investigador de la comunicación en la juventud y tutor de este TFG- contactó con Celia Blanco; Cecilia Eserverri Mayer -investigadora social y profesora en la Universidad Complutense de Madrid- facilitó el contacto de M^a Jesús Espinosa de los Monteros.

Más abajo se detalla el acceso a los contactos sobre derechos de autor.

2.2 Análisis

Para examinar el fenómeno del *podcasting* en España se han realizado varias lecturas de artículos académicos para ver el estado de la cuestión, libros para una mayor profundización y noticias para testar la actualidad. También se han consultado otras fuentes para abordar el tema desde otras perspectivas: como la legal o la de género.

Se ha tenido que valorar el proceso productivo de los contenidos implicados en este proyecto: observar sus conocimientos sobre Internet, su manejo del SEO² y posicionamiento en buscadores, el diseño de sus estrategias en redes sociales. Para todo ello se requieren nuevos profesionales -comunicadores polivalentes- que sean “capaces de diseñar fórmulas de relación con la audiencia y la creación-distribución de contenidos optimizados para los diferentes soportes” (Pedrero Esteban y García Lastra-Núñez, 2019: 123).

Una fuente para el análisis muy significativa son los podcast y los programas tanto de l@s entrevistad@s como de otros podcasters muy relevantes. Es el caso del podcast de Santiago Camacho “Días Extraños”³, el de Irene López Assor “Un ratito con Irene” o el de Molo Cebrián “Entiende tu mente”, entre otros.

Se han tenido que analizar un total de 11 entrevistas, de media hora de duración -aproximadamente- cada una de ellas. Con un total de unas cinco horas y media de contenido.

² SEO: Search Engine Optimization (Optimización en Motores de Búsqueda) es un conjunto de técnicas y de herramientas que sirven para optimizar la presencia tanto las páginas webs como landing pages, para que los buscadores, como Google, puedan leerlas de forma más fácil y rápida.

³ «Días Extraños» consiguió el premio del Mejor Podcast del Público en 2019. Entregado por la Asociación de Escuchas de Podcasting (ASESPOD). Además en el ranking de iVoox ocupa la primera posición [a fecha de 6 de agosto de 2020].

El podcast cuenta con 43 cortes⁴ de audio y 15 piezas musicales, entre jingles⁵ y sintonías⁶.

Para abordar la perspectiva de género, además de recoger y destacar los testimonios obtenidos resultó un buen apoyo el libro publicado por Fragua en cuanto a la «Empleabilidad y calidad en el empleo de las mujeres periodistas». Para ver el gran problema que supone la brecha de género, Fernando Peinado Miguel recoge los datos ofrecidos por el Foro Económico Mundial en el que destaca que “las proyecciones para el empoderamiento económico, desde los salarios hasta el control financiero sobre los activos, es de 202 años” (Rodríguez Barba, Peinado Miguel y García Garrido, 2019:13).

En relación a los aspectos legales del *podcasting* se contactó con una profesora titular que impartió la asignatura de Derecho (2º curso) en el grado de Periodismo, Ana LLano Torres, ella consultó en su facultad de Derecho (Universidad Complutense de Madrid) por titulares especializados en cuestiones relacionadas con derechos de autor y Ley de Propiedad Intelectual.

Se consultó a dos expertos: Marco Antonio Mariscal Moraza y Jorge Ortega Domenech, ambos profesores de la facultad de Derecho de la UCM. El primero imparte clase en el Master propio de Derecho de las Nuevas Tecnologías y el segundo da clase de Derecho Civil y además es miembro de la Asociación para el Estudio y la Enseñanza de Derecho de Autor (ASEDA).

⁴ Un corte en radio es un audio que se inserta en la locución de un programa. Son declaraciones de personas y suelen ser de corta duración.

⁵ Jingle: recurso radiofónico con fines publicitarios y que consiguen hacer que una marca sea reconocible por las personas.

⁶ Sintonía: música empleada en radio al inicio de un programa o sección.

Con el primero de ellos se trabajó mucho el cuestionario de preguntas pero, no llegó a enviar las respuestas en formato audio tal como se había acordado. Y con Jorge Ortega Domenech se realizó una videollamada por Google Meets -a petición suya-. Al ser una vía diferente a la del resto de entrevistad@s (la más utilizada fue Skype o Zoom) la grabación no cumple con los parámetros de calidad que se buscaban en este trabajo por lo que la calidad de su testimonio no se refleja adecuadamente.

Ambos facilitaron bibliografía específica para documentar las entrevistas y respondieron a todas las cuestiones planteadas a raíz de su lectura.

2.3 Conceptualización

En esta fase se estructuraron las entrevistas junto a la información recabada. Fueron de gran ayuda todas las lecturas realizadas previamente para ordenar las ideas y las escuchas de las entrevistas una vez finalizadas las mismas.

Los patrones que se han observado durante la investigación son los que han ido conformando la propia estructura del trabajo, se ha querido reflejar la realidad del *podcasting* desde varios ángulos, siempre con una mirada hacia la actualidad y hacia la perspectiva de género.

Este epígrafe está muy relacionado con el *Storytelling* ya que reducir toda la información obtenida en un podcast de 20 minutos no es tarea fácil y hay que poner el foco en la selección de los cortes.

Se pretende que el podcast sea dinámico y que aporte conocimiento sobre la realidad del *podcasting* aquí y ahora.

2.4 Ideación

Sobre la gestación de ideas se van a analizar varias. Algunas fueron desechadas porque resultaron innecesarias, aburridas. También hubo alguna que fue memorable, curiosa e incluso innovadora. Esta última fue elegida como título para el podcast.

También se va a analizar en este epígrafe la búsqueda de músicas y el software elegido para la grabación y edición de este trabajo.

Una idea memorable que proviene del mundo de los sueños:

«Sueña el podcast que deseas y duerme con el podcast de tus sueños»

Aunque finalmente no se usó para el formato en audio porque no encajaba con la narrativa del podcast.

El siguiente latiguillo también se desechó por ser demasiado pretencioso:

«Atrévete a ser podcaster»

Finalmente la idea triunfadora fue:

«Podcastour. La revolución del audio digital»

Se ajustaba perfectamente al concepto que se quería transmitir. Se vió como una idea con recorrido y fácilmente transferible al receptor oyente.

La música fue seleccionada de la web “Bensound.com” y su compositor es Benjamin Tissot,

*Welcome to Bensound.com, here you can download royalty free stock music for
YouTube and your multimedia projects*

Las canciones son de libre uso, aunque requieren ser mencionadas para amparar los derechos morales de sus autores. La lista que se adjunta a continuación está ordenada por orden de aparición:

1. *Ukelele*
2. *Beyond the line*
3. *Memories*
4. *Perception*
5. *Creativeminds*
6. *Dreams*
7. *Cute*
8. *Scifi*
9. *Funkyelement*
10. *Going Higher*
11. *Once Again*
12. *Clear Day*

En cuanto al software con el que se ha grabado y editado el podcast es *Audacity 2.1.0*. Un software libre, de código abierto y multiplataforma. Con el que se trabaja en Inforadio -radio de la UCM ubicada en la facultad de Ciencias de la Información-. Permite trabajar los proyectos por pistas, ofrece bastantes efectos y herramientas. Se consiguen alcanzar los objetivos propuestos y deja exportar los audios en diferentes formatos: MP3, WAV, etcétera.

2.5 Storytelling

El hilo conductor para la narración de este trabajo ha consistido en emular un viaje, como si se hiciera un *tour*, «Podcastour», explorando la actual situación de los podcasts en España. Para ello se ha utilizado como *jingle* la llamada que hace Renfe en sus trenes que indican la llegada a una estación.

Cada parada que se ha hecho aborda desde una nueva perspectiva la temática del trabajo. Para la académica, se ha contado con Francisco Izuzquiza autor del libro «El gran cuaderno de podcasting» y con el abogado Jorge Ortega Domenech. La visión profesional la han aportado Gorka Zumeta, M^a Jesús Espinosa, Celia Blanco, Roberto Castañares y Juan Ignacio Solera. Los referentes en lo *amateur*, han sido Antonio Runa, Vane Balón y Anita Fuentes. Dentro de ellos hay niveles, porque Runa lleva tantos años haciendo podcasts que podría ser considerado profesional y Vane Balón colabora en Radio 3 Extra, con lo que ya cuenta con suficiente experiencia. El caso de Anita Fuentes sí que sería un ejemplo de amateurismo ya que acaba de comenzar su podcast “Spect8tor” en Radio Relativa. Un apunte, de ésta última no se recogió ningún corte para el trabajo final porque realmente no aportaba nada nuevo, informativamente hablando, aunque sí es reseñable recoger en esta memoria su participación.

La música de Benjamin Tissot encuadra muy bien la situación y consigue acompañar al oyente en este viaje, haciendo que sea dinámico y entretenido.

Los cortes de los entrevistados guían al oyente. Enseñan, a través de sus experiencias y conocimientos, la realidad del *podcasting* en España. Sin dejar de atender lo que ocurre más allá de sus fronteras.

◆ EPÍLOGO

La conclusión más relevante a la que se ha llegado tras la realización del trabajo son los indicadores que muestran el despegue del podcasting en España. Tal y como señala «El gran cuaderno de podcasting», el éxito se empezó a dar en Estados Unidos “al margen de los esquemas de la radio tradicional” (Izuzquiza, 2019: 28).

A partir de ahí las plataformas juegan un papel fundamental y la entrada de Spotify en el sector hace indicar que los podcasts han venido para quedarse.

En varios testimonios ha salido el tema de la edad. L@s entrevistad@s han declarado que sí la consideran un factor influyente en sus carreras profesionales (Celia Blanco, Roberto Castañares....) y esto no deja de ser una paradoja, ya que por un lado “hace falta ser joven” para llegar a un público joven también pero por otro casi no hay oportunidades o no se sale lo suficientemente preparado de las universidades -como dijo M^a Jesús Espinosa de los Monteros-.

Otra reflexión importante que se debe hacer es la mirada siempre hacia una perspectiva de género, porque aunque dé la sensación de que hay mujeres referentes en el mundo de la radio siempre hay que ver la posición que éstas ocupan, sus condiciones y la imagen que se proyecta.

Hay que tener siempre presente los derechos de autor y la Ley de Propiedad Intelectual (LPI) para no incurrir las normas legales y morales que protegen a los autores de las obras.

En cuanto a la monetización de los podcast este trabajo refleja dos vías: una por parte de los suscriptores y otra proveniente de la publicidad. Importante a tener en cuenta que la que es por parte de los suscriptores permite una mayor libertad e independencia al podcaster.

Cada entrevista realizada y todos los contactos que han colaborado, han sido claves en la recopilación de información. Han demostrado que la comunidad podcaster está unida y tiene un mensaje muy claro: el *podcasting* ahora mismo navega por un mar azul lleno de posibilidades, a medida de que se afine el sistema de métricas de audiencia la publicidad conseguirá monetizar el sector.

Además, a los podcasters les encanta hablar de podcasts. Se sienten libres, esperanzados, son proyectos que les dan vida y, algunos, ven amenazada esa pasión por la propia rutina. El riesgo es, como dice el principio de Peter:

“El ser humano tiende a ascender hasta llegar al nivel de su incompetencia”

◆ DISPOSICIONES FINALES

Llegados a este punto cabe plantearse la siguiente pregunta:

¿Es posible para una recién graduada hacer su propio podcast y monetizar por ello?

A pesar de ser una quimera, y más en los tiempos que corren, no hay que rendirse. Hay que analizar las opciones y marcarse objetivos reales para hacer un sueño realidad.

Hay que soñar, porque sin sueños nada cambiaría

Este Trabajo Fin de Grado marca un fin de ciclo y en su estela deja mucho sacrificio. Compaginar una vida laboral -en el sector de la hostelería- y una carrera universitaria no es fácil. Con lo que sí se ha demostrado una constancia y perseverancia en conseguir este objetivo.

Los medios de comunicación no están en una buena situación y sus ofertas de empleo rozan el descaro. Hay mala praxis y mucha dejadez por parte de los medios tradicionales. Mirar el *podcasting* es mirar hacia el futuro, aunque es un futuro incierto

y como dice Molo Cebrián: “debe haber una motivación intrínseca para lanzarse a esta piscina sin conocer bien cuánta agua hay dentro de ella” (Izuzquiza, 2019: 273).

La motivación es real y realizar un proyecto propio es el objetivo. El camino será duro, pero ver que hay profesionales que lo están consiguiendo hace ver una mota de luz al final del tunel.

Ese tunel tiene diversas bifurcaciones y opciones en su recorrido. Para empezar el *podcasting* está en el marco del *ciberperiodismo*, fruto del desarrollo de las nuevas tecnologías. Dentro de ellas, la que más interesa a este proyecto es la de los altavoces inteligentes: estar presente en diferentes plataformas da opción a que los asistentes de voz utilicen las *skills* para reproducir los podcast en diferentes dispositivos. Según Francisco Izuzquiza la penetración de esta nueva tecnología está siendo más rápida que la del teléfono móvil (Izuzquiza, 2019: 233). *Siri* y *Alexa* cada vez están más integradas en la sociedad y es innegable que se abren nuevas posibilidades a la producción de audio.

En cuanto a la monetización del podcast es algo que llegará, y este campo está muy relacionado a cómo se monetiza un *youtuber*. Primero se requiere esfuerzo y dedicación. Es muy importante el contenido, hay que considerar qué se cuenta y cómo se cuenta. Los consumidores de podcasts buscan contenidos de calidad, que no se queden en la superficie de los temas; esa ha sido una de las perdiciones de los medios tradicionales. Antes de empezar a monetizar hay que tener una buena comunidad de seguidores, después ya se puede empezar a pensar en añadirle publicidad al proyecto. Pero hay que tener cuidado en este terreno: la publicidad debe cumplir unos parámetros morales y no anunciar cualquier cosa al precio que sea. Es decir, no resulta ético el reciente anuncio de ESIC (Escuela de Negocios de Marketing) que dice: «Deja de estudiar y ponte a trabajar en tu futuro».

Además se tendrá en cuenta un tipo de publicidad dinámica, que es la que se utiliza en Youtube. Son anuncios que se mueven, es decir que no hay necesidad de oír la misma cuña publicitaria en el episodio del podcast. Un tipo de anuncio que no es igual para todas las personas. Su ventaja es que se rige por criterios y se dirige a diferentes perfiles, porqué de nada sirve anunciar un concierto en España si el oyente está en otra parte del

mundo. Ésto se consigue a través de “la IP que nos identifica al conectarnos” (Izuzquiza, 2019: 253), con datos sobre la localización, el dispositivo utilizado o la aplicación desde la que escucha el podcast.

La difusión selectiva es lo que se conoce como *narrowcasting* y es la fórmula que utiliza Spotify. En el libro «La transformación digital de la radio» se ponen de manifiesto tres actuaciones de este tipo de consumo bajo demanda: 1) Las marcas han segmentado sus ofertas; 2) Las cadenas han variado hacia temas de sociedad, estilos de vida y cultura; 3) Se tiende a añadir canales de *streaming* (Pedrero Esteban y García Lastra-Núñez, 2019: 199).

A medio plazo se plantearía la opción de la suscripción, ya que ambos modelos no son incompatibles y podrían convivir. Ello iría de la mano de la comunidad creada y de manera opcional: el ejemplo a seguir es el podcast de “Días Extraños” de Santiago Camacho -anteriormente mencionado-. Él tiene una opción en iVoox para que sus oyentes colaboren económicamente con la cantidad que ell@s estimen.

Si bien es cierto el podcast universitario que ha dado pie a este TFG: “Rock sin Maneras” es parte vital de un proyecto inmediato, la condición de periodista hace necesaria la necesidad de contar más cosas a la audiencia. Es cierto que se ha observado entre los oyentes de este podcast que muestran curiosidad por otros temas, importantes en el entorno. Por ello, se mantiene la idea de seguir creando contenido para “Rock sin Maneras” pero será parte de algo mayor, se pretende que perviva como sección dentro de un proyecto de mayor envergadura, que trate temas científicos, tecnológicos y sociales.

Uno de los nombres que se barajan para el proyecto es: «Sin Maneras» ya que da juego a hablar de lo que se quiera, invoca un sentimiento revolucionario -dispuesto a hacer las cosas de otra forma- y da pie a mantener la sección dedicada al rock sin perder la esencia y los seguidores conseguidos hasta el momento.

◆ FUENTES DE INFORMACIÓN Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUAYO LÓPEZ, Virginia (2015): “El podcast como herramienta de comunicación empresarial” en *Publicaciones y Divulgación Científica* (Universidad de Málaga): [Fecha de consulta: mayo, 2020]

https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10062/TD_Aguayo_Lopez.pdf?sequence=1

Asociación de Prensa de Madrid [Fecha de consulta: agosto, 2020]

Recuperado de <https://www.apmadrid.es/>

Asociación Madrileña de Podcasting [Fecha de consulta: agosto, 2020]

Recuperado de <https://madpod.es/>

Audacity software [Fecha de consulta: agosto, 2020]

Recuperado de <http://audacity.sourceforge.net>

Bendsound music [Fecha de consulta: agosto, 2020]

Recuperado de <https://www.bensound.com/royalty-free-music>

BERRY, Richard (2016): “Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium”. En *The International Journal of Research into New Media Technologies*. [doi.org/10.1177/1354856516632105]

EL CONFIDENCIAL DIGITAL (2020): “David Jiménez graba 24 entrevistas con personajes relevantes para la plataforma de pódcast que prepara Amazon”

[Fecha de consulta: marzo, 2020] Recuperado de

<https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/medios/david-jimenez-graba-24-entrevistas-personajes-relevantes-plataforma-podcast-amazon/20200218194241139005.html>

Foro Económico Mundial (2018): “The Global Gender Gap Report”

[Fecha de consulta: agosto, 2020]

Recuperado de

<https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2018>

GALLEGO PÉREZ, J.I. (2010): “Podcasting: Distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica española” (Tesis doctoral). (Universidad Complutense de Madrid).

Grupo PRISA. *Podium Studios* [Fecha de consulta: octubre, 2019]

Recuperado de <https://www.podiumstudios.com/#equipo>

INTERACTIVITY (2020): “¿Por qué Spotify elige el narrowcasting sobre el broadcasting?” [Fecha de consulta: agosto, 2020] Recuperado de

<https://www.interactivity.la/2014/11/20/por-que-spotify-elige-el-narrowcasting-sobre-el-broadcasting/>

IZUZQUIZA, Francisco (2019) *El gran cuaderno de podcasting*. Madrid, Kailas.

Jornadas Nacionales de Podcasting [Fecha de consulta: agosto, 2020]

Recuperado de <https://jpod.es/>

LARRONDO URETA, Ainara. (2015): “La convergencia multimedia y su impacto en las redacciones de las radiotelevisiones públicas de proximidad.

Un análisis de caso” (Universidad del País Vasco).

LAURENCE J, Peter y HULL, Raymond (1969). *El principio de Peter*.

España, DeBolsillo.

PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel y GARCÍA LASTRA-NÚÑEZ, José María (2019)

La transformación digital de la radio. Valencia, Tirant Humanidades.

Podcastdays. Evento de Podcasting [Fecha de consulta: agosto, 2020]

Recuperado de <https://www.podcastdays.es/>

PRNOTICIAS (2019): “Los Pulitzer incluyen una nueva categoría para reconocer al periodismo radiofónico y al podcast” [Fecha de consulta: mayo 2020]

Recuperado de

<https://prnoticias.com/2019/12/16/pulitzer-premio-mejores-podcast-2020/>

RAMOS GIL DE LA HAZA, Andy (2006): “Aspectos legales del podcasting” en www.inteiuris.com [Fecha de consulta: mayo 2020]

RODRIGUEZ BARBA, Dolores y PEINADO MIGUEL, Fernando y GARCÍA GARRIDO, Soledad (2019) *Empleabilidad y calidad en el empleo de las mujeres periodistas*. Madrid, Fragua.

SABORÍO TAYLOR, Silvia (2018): “Podcasting: Una herramienta de comunicación en el entorno virtual” (Universidad Nacional Costa Rica).

SÁNCHEZ, Aaron (2020): “Los mejores podcasts de misterio”, en el *Blog de iVoox* [Fecha de consulta: agosto, 2020]

Recuperado de

https://blog.ivoox.com/los-mejores-podcasts-de-misterio-2020_0076088/

SELLAS, Toni. (2011). *El podcasting: La (r)evolución sonora*. Editorial UOC.

SPOTIFY Newsroom (2020): “‘The Joe Rogan Experience’ Launches Exclusive Partnership with Spotify” [Fecha de consulta: mayo, 2020]

Recuperado de

<https://newsroom.spotify.com/2020-05-19/the-joe-rogan-experience-launches-exclusive-partnership-with-spotify/>

ZUMETA, Gorka (2019): “Amazon estudia la producción de podcasts informativos en España” [Fecha de consulta: abril, 2020] Recuperado de

<https://www.gorkazumeta.com/2019/09/amazon-estudia-la-produccion-de.html>

ZUMETA, Gorka (2020): “‘Audible’, de Amazon, desembarcará en España en mayo”

[Fecha de consulta: abril, 2020] Recuperado de

<https://www.gorkazumeta.com/2020/02/audible-de-amazon-desembarcara-en.html>

ZUMETA, Gorka (2020): “‘Entiende tu Mente’ firma exclusividad con Spotify”

[Fecha de consulta: mayo, 2020] Recuperado de

<https://www.gorkazumeta.com/2020/01/entiende-tu-mente-firma-exclusividad.html>

ZUMETA, Gorka (2020): “Spotify ficha al podcaster Joe Rogan por 100 millones”

[Fecha de consulta: mayo, 2020] Recuperado de

<https://www.gorkazumeta.com/2020/05/spotify-ficha-al-podcaster-joe-rogan.html>

ZUMETA, Gorka (2020): “Concedido el Primer Pulitzer para un trabajo en audio”

[Fecha de consulta: mayo, 2020] Recuperado de

<https://www.gorkazumeta.com/2020/05/concedido-el-primer-pulitzer-para-un.html>

◆ ANEXOS

✧ Transcripción entrevista Celia Blanco (02.06.2020)

P. ¿Cuál dirías que es la diferencia entre el mundo del podcast y de la radio?

R. Primero está la protección, creo que en una emisora estás ya protegida. Yo cuando empecé a hacer radio en la Cadena SER trae implícito mucho reconocimiento porque estás en la mejor emisora de este país y ella apuesta por tí. A mí esta protección me ha venido muy bien y, personalmente, agradezco mucho. He aprendido un formato que para mí era nuevo. Yo venía de televisión, creo que soy buena en televisión pero empezaba un formato nuevo. En TVE fui becaria y también en la Cadena SER pero con la responsabilidad de ser mi propia jefa, que fue un choque con la profesión para mí.

Ésto supone tener que defender tu producto, a tu gente y dar un paso más en la profesión.

Pero pasa que ésto se me acaba, entonces de lo que yo me doy cuenta es que los cinco años y medio que he estado en la Cadena SER yo he conseguido mucho más que todo lo que había conseguido en la televisión. A mí nunca me había faltado trabajo en la televisión, pero en un momento dado deciden que yo soy muy vieja para el tipo de programa en el que estaba. Entonces es cuando yo me invento un programa de radio y me presento en la Cadena SER, tomé la decisión -absolutamente personal- de presentarme en la mejor cadena, porque prefiero tener el “no” de la primera.

Cuando esta cadena decide que no esté bajo su amparo, yo miro el resultado de esos cinco años y medio. Yo tenía 2 de 3 oyentes en esa franja horaria y me reconocían por mi voz cuando hablaba con agentes de policía, taxistas.... etcétera.

Entonces me dí cuenta de que lo que yo tenía era un buen contenido para que alguien apostase por él. Lo primero que hice fue irme a Onda Cero, no fui a RNE porque ya hay un programa que habla de diversidad sexual. Además yo provengo de Antena 3 con lo que cualquier persona podría preguntar por mí y le dirían que soy muy *tocapelotas* pero muy trabajadora.

El periodista solo tiene el valor que tiene su información

Por supuesto se necesita ser una bellísima persona para ser un buen periodista, pero puedes ser una excelente persona y no llegar a ser un buen periodista.

A mí Ramón Osorio, de Onda Cero -director general de Atresmedia Radio-, me dice: “conozco perfectamente tu formato, me parece un programa magnífico pero Onda Cero es muy conservadora y no le apetece abrir ese melón”. Yo le hablé de mis descargas y él me dice: “yo con eso compro”.

La suerte que tengo es que entro en un momento en el que están los podcasts. La Cadena SER tiene *Podium Podcast* con María Jesús Espinosa de los Monteros que tiene una calidad muy alta.

P. Con tus buenos números de descargas, ¿por qué no acogieron tu programa en esta plataforma de podcasts?

Porque yo no tenía publicidad. La decisión de sacarme de la Cadena SER poca gente se espera, ni siquiera la gente que recibe los datos del EGM (Estudio General de Medios)

da crédito cuando le llega la información. Yo era muy rentable y mi programa era muy barato, pero ellos deciden apostar por otro formato.

A mí Daniel Gavela -director general de PRISA Radio- me dice: “yo creo que te tienes que ir a Podium Podcast y te voy a dar todas las facilidades”, pero Podium Podcast tiene su propio presupuesto y sacarme de la parrilla fue muy precipitado y María Jesús Espinosa necesitaba apostar por lo que iba a apostar, y necesitaba que entrara dinero. Pero a pesar de ser del mismo grupo PRISA, yo en El País he trabajado más. Es una decisión de una apuesta empresarial. Para mí fue difícil de entender, porque yo lo entendía desde otros parámetros, es decir, si soy rentable ¿por qué me echas?

En la tele jamás se hubieran desprendido de un programa, hay algunos que generan muchísimo malestar y muchísimas críticas que no se van de una parrilla simplemente porque tiene mucha audiencia.

Hablé con dos personas que para mí son muy buenas: Ana Ormaechea -fundadora de Cuonda Podcast y jefa de producción digital en Prisa Radio-, ella me dijo que tenía un programa rentable. Hablo con Mario Tascón -director de la consultora Prodigioso Volcán-, fuente inagotable de conocimiento y que todo lo que hace lo hace bien. Yo fui a una charla de esta consultora sobre cuál era el poder del podcast y por qué el podcast era el futuro de la radio y me dí cuenta de que yo tenía un buen contenido y que éste iba a revalorizarse en el podcast. Y sé que va a suceder. A mí me ha ocurrido ahora una pandemia, como a todo el mundo, y ahora estoy aguantando pero yo antes de la pandemia ya tenía muy avanzado lo de la publicidad en mi podcast, porque yo no les voy a pedir lo que pide la Cadena SER y yo ya tengo más descargas.

P. ¿Cómo decidiste especializarte en salud sexual?

R. Es un tema que nadie quiere tocar pero yo siempre he hablado de las mismas cosas, es decir, a mí me ve gente de Getafe (que yo siempre he vivido allí) y me dice que soy la misma. Yo salí del armario diciendo que soy bisexual cuando tenía un programa de radio y me veía fuerte y amparada. Yo siempre he sido feminista, además yo tengo un físico muy concreto, mido 1.75 y soy voluminosa. He pasado 16 años protegiéndome de otra manera, porque lo que sí he hecho ha sido quitarme a gente de encima. Yo siempre he plantado cara, he hablado de temas que la gente no quería hablar. Yo intento ayudar a la gente que no tiene ningún tipo de conocimiento sobre sexualidad y quiere aprender, porque creo que si aprendemos sobre sexualidad vamos a mejorar muchísimo nuestra vida. Yo he sufrido mucho investigando sobre sucesos (niñas que desaparecen y luego han sido violadas y estranguladas), y no podía dormir.

Decidí dejar de sufrir y hacer información de sexo que me gusta mucho y además viene muy bien saber sobre ella. Y no hay información. Porque a la gente, igual que a Ramón Osorio, le resulta incómoda este tipo de información.

Hablando de sexo te arriesgas también a mucho, igual que te arriesgas investigando sobre corrupción. Por ejemplo Patricia López por su investigación sobre Villarejo.

P. Justo quería abordar el tema de la perspectiva de género y con tu experiencia, quería saber si el acoso se sufre igual en un hombre que en una mujer.

Por mi propia experiencia y por lo que veo a mi alrededor en mis compañeras: sí se acosa mucho más a las mujeres, sí se nos señala mucho más, sí se nos juzga mucho más, sí se nos exige mucho más. Partimos de esa base. Te voy a poner un ejemplo muy sencillo: Cristina Fallarás discute con Javier Negre.

Javier Negre señala a Cristina Fallarás y le dice que ella invitando a tantas mujeres a que fuesen a la manifestación del 8-M es responsable de las muertes del coronavirus. Es demencial lo que dice Javier Negre, pero él es un agitador no un periodista. Eso provoca que a Cristina Fallarás la sigan por la calle diciéndole eres una asesina... Ese es el hilo conductor.

Por como trato yo la información, yo soy muy rigurosa, tengo ciertas ventajas, tengo buena voz pero tengo un discurso un poco áspero. A mí no se me ha acosado especialmente, mi aspecto ayuda mucho. Toda mi vida he ido con tacones de 11 cm, con lo que me ponía en 1.86, tengo la voz muy grave y además hablo muy alto. Yo no he sido una persona que haya ligado especialmente, y aún así me han acosado. A mí hubo un señor en mi primer trabajo en televisión que me apalancó contra un armario, una persona que es famosa y yo no denuncié, pero me gusta mucho que desde el año 1993 que ésto pasó hasta este año que es el 2020 hallamos aprendido a que podemos denunciar esas agresiones.

Yo en aquel momento lo único que pensé era que si decía que *fulanito de tal* había hecho eso a mí me iba a perjudicar profesionalmente.

Creo que ha habido gente que ha exigido que pagásemos un derecho extra por ser mujeres y ‘ocupar’ un lugar que consideraban que era para ellos.

En mi profesión había techo de cristal, hubo una época en la que no había mujeres corresponsales. En Antena 3 todos eran hombres, excepto la corresponsalía de Bruselas. Ahora ya hay muchísimas más mujeres. Pero yo estaba en Antena 3 hasta el año 2003, que tampoco te estoy hablando de los años 60. Y también pasaba en Telecinco.

Hemos ido avanzando muy lentamente, hemos ido cogiendo espacio muy lentamente, hemos ido demostrando todo muy lentamente. Se nos ha exigido mucho más.

Dime una mujer periodista que sea corresponsal, que tenga hijos.... Almudena Ariza, su hijo recoge sus premios en España. Almudena siempre ha sido la más valiente de todos, de todos no de todas sino de todos. Siempre ha ido a todos los sitios que le han ofrecido pasase lo que pasase con el resto.

¿Por qué hay que presuponer que el paquete que lleva la mujer es diferente al que lleva el hombre? Yo siempre me pregunto eso, porqué la mujer es la que tiene que ser madre, la que se tiene que quedar en casa. Yo tengo todo lo que tengo, en estos últimos quince años porque estoy con un 'tío' que ha decidido ser todo lo que yo no soy en la estructura familiar. Yo hace 15 años le contaba todas estas cosas de Almudena Ariza y decidí hacer todo lo que hacía ella.

Es muy importante que la perspectiva de género esté en cada uno de nuestros actos

Para que nos demos cuenta de que siempre tenemos que pensar que además somos unas privilegiadas, porque una niña que nace en Sudán, en una tribu. Lo que tenemos que hacer es luchar porque la perspectiva de género llegue a todos sitios y porque se tengan los derechos de las mujeres muy claros.

❖ **GUIÓN PODCASTOUR**

CONTROL: MÚSICA UKELELE [DE PP A PF]

LOC: «La radio es de donde venimos, el podcast adonde vamos». Así se expresó Gorka Zumeta en la pasada edición de los Podcastdays -en este podcast vais a poder escuchar a este profesional de la radio-.

El podcast es la revolución del audio digital. Un formato mucho más libre, en el que encuentran refugio muchos profesionales desencantados de los medios tradicionales. El podcast es a la radio lo que youtube es a la televisión. Ofrece contenidos más especializados, tratados con mayor profundidad. Pero, a la vez, su versatilidad hace que existan podcast de todo tipo: desde los 5 minutos de duración hasta las 6 horas -algo impensable para la radio pero que el oyente de podcast sí consume-.

Te invito a que me acompañes por este tour de los podcast en España. Un Podcastour guiado por grandes profesionales que nos aportarán su visión y su experiencia.

CONTROL: CORTINILLA “Empieza Podcastour, la revolución del audio digital”

CONTROL: JINGLE RENFE

CONTROL: MÚSICA “Beyond the line” [DE PP A PF]

CONTROL: CRT FRANCISCO IZUZQUIZA [PP] (14.5”)

LOC: Francisco Izuzquiza es autor del libro “El Gran Cuaderno de Podcasting” lleva toda su carrera profesional, desde 2005 aproximadamente, dedicándose a la radio. Ha pasado por la COPE, Onda Cero, Punto Radio, Radio Marca... Y empezó un podcast nativo digital “La Escóbula de la Brújula” que alcanzó el sueño de muchos podcasters: ser acogido por una gran plataforma. Este podcast lo consiguió en marzo de 2018 al llegar a Podium Podcast - la plataforma de podcasts de la Cadena SER-.

Ha oído, ha escuchado, ha sentido y ha visto con sus propios ojos, como el podcasting empezó a crecer en EE.UU y en el mundo anglosajón y que ya está llegando a España.

Alberto Espinosa es el técnico de sonido de la Escóbula:

CONTROL: CRT ALBERTO ESPINOSA [PP] (2”)

Lo que sí necesita un podcast es ser distribuido por un *feed* RSS, es decir, un documento de texto donde se indican los datos básicos, que permiten incluir la URL del archivo de audio para que se pueda descargar de forma automática y que éste se actualice al colgar un nuevo programa en Internet.

CONTROL: MÚSICA MEMORIES

El término podcast se acuñó en 2004 en un artículo publicado en The Guardian, escrito por Ben Hammersley y titulado «La revolución audible». Un paréntesis, ¿será casualidad que Amazon haya llamado “Audible” a su plataforma de podcasts? Cierro paréntesis... Y ahí no queda la cosa porque en 2004, en España, José Antonio Gelado -un periodista de la Cadena SER-, creó el primer podcast titulado “Comunicando”. M^a Jesús Espinosa de los Monteros, directora de Podium Podcast nos habla del antecedente de los podcasts:

CONTROL: CRT MAJESUS1 [PP] (13”)

CONTROL: MÚSICA PERCEPTION

Lo más relevante de esta investigación es ver los indicadores que muestran el despegue del podcasting, aunque todavía no hayan hecho explosión (Grupo discusión: minuto 4)

CONTROL: CRT ALBERTO ESPINOSA 2 [PP] (17,5”)

Desde marzo de 2019 Spotify permite subir podcast en su versión abierta, no solo en Premium. Aunque una variable que también señaló el mismo Alberto Espinosa,

es que Spotify por la música tiene que pagar derechos y los podcasts son un contenido gratuito para ellos, por lo que han conseguido rebajar su deuda. Aún así reseña el hecho de que hayan apostado por ellos. Hasta tal punto que:

CONTROL: CRT GORKA ZUMETA [PP] (10”)

El podcast al que se refiere Gorka Zumeta, periodista de radio desarrollado en la Cadena SER y actualmente formador en varios centros -como por ejemplo el del Máster de radio de RNE-, es el conocido «The Joe Rogan Experience» por el que la plataforma Spotify pagó, en mayo de este año, 100 millones de dólares por su exclusividad. Un ejemplo español que ha firmado exclusividad con Spotify es el podcast de Molo Cebrián: “Entiende tu mente”.

También Amazon apuesta por el podcasting:

CONTROL: CRT GORKA ZUMETA 2 [PP] (6”)

Se tenía previsto que fuera David Jiménez, el periodista -exDirector de El Mundo- y autor del libro «El Director» uno de los líderes de este proyecto en España. Según las informaciones de Gorka Zumeta y de El Confidencial Digital ya estaba preparando 24 entrevistas....

CONTROL: CRT GORKA ZUMETA 3 [PP] (16,5”)

CONTROL: MÚSICA CREATIVEMINDS

Seguimos analizando la situación de las plataformas. Y es el turno de iVoox, que es la plataforma más grande de podcasts en España. Su fundador Juan Ignacio Solera nos ha explicado que la creación de esta plataforma surgió a raíz de una necesidad suya porque “le aburrían los contenidos de los magazines”

CONTROL: CRT Juan Ignacio Solera - iVoox [PP] 20,5”)

Así fue el inicio de iVoox, una plataforma que hizo mucho por el podcasting pero que ahora se ve amenazada por esas otras gigantes plataformas, Spotify sobre todo.

CONTROL: CUÑA PUBLI - SPOTIFY [PP] (30”)

La cuestión teconológica es fundamental para el desarrollo del podcasting,

CONTROL: CRT Juan Ignacio Solera 2 [PP] (14”)

A partir de ahí fue él mismo quién se dirigió a las publicaciones, para proponerles la locución de sus artículos y para que le cedieran los derechos de distribución.

CONTROL: CRT Juan Ignacio Solera 3 [PP] (15,5”)

Uno de los mayores problemas del podcasting es el análisis de la audiencia. Una plataforma que tenga muchos ingresos por publicidad o que esté respaldada por un medio, como es el caso de Podium Podcast y la Cadena Ser se pueden permitir ciertos servicios:

CONTROL: CRT MAJESUS 2 [PP] (30”)

En 2019 iVoox implementó en su plataforma el servicio de Originals debido a la demanda de profesionalización del podcasting:

CONTROL: CRT Juan Ignacio Solera 4 [PP] (21”)

En relación a esa medición de audiencias iVoox elabora un ranking semanal de los podcasts que tiene alojados. Le preguntamos por su método:

CONTROL: CRT Juan Ignacio Solera 5 [PP] (15,5”)

Nos dice Juan Ignacio que mantienen el mismo método desde los inicios aunque reconoce que es mejorable porque....

CONTROL: CRT Juan Ignacio Solera 6 [PP] (12,5")

¿Os acordáis cuando dije que iVoox es la mayor plataforma de podcast en España?

CONTROL: CRT Juan Ignacio Solera 7 [PP] (20")

Con esos datos el podcasting es como un diamante en bruto

CONTROL: CRT Gorka Zumeta Conclusión [PP] (21")

CONTROL: MÚSICA DREAMS

Otro indicador de gran relevancia es la recién entrada de los podcasts en los premios Pulitzer. Según su directora, Dana Canedy, reconoció en un comunicado el renacimiento del periodismo radiofónico y la gran variedad de narraciones de no-ficción.

CONTROL: CRT Gorka Zumeta Pulitzer [PP] (12,5")

Y es que además de visibilizar y de alcanzar mayor resonancia....

CONTROL: CRT Gorka Zumeta Pulitzer 2 [PP] (15")

En España, según el mismo Gorka Zumeta, fue Podium Podcast quien más ha hecho por profesionalizar el sector pero la comunidad podcaster no está muy de acuerdo....

CONTROL: CRT Grupo Discusión - Rosa de los Vientos [PP] (24,5")

Son las declaraciones que hizo el grupo de discusión en el que participó: David Mulé, *La Constante*; Molo Cebrián *Entiende tu Mente, Saliendo del Círculo*; Miguel Galguera, *Cuaderno de podcasting*; Alberto Espinosa, *La Escóbula de la Brújula*; Rubén Galgo, *Brandemia y Brandstocker*.

CONTROL: MÚSICA CUTE

En cuanto a formatos -existen tantos como colores y el universo podcast da para más, todo está abierto a la creatividad- hemos seleccionado el de «La Órbita de Endor» con Antonio Runa y los podcasts informativos de EFE Radio, con Roberto Castañares su actual director. El podcast de LODE -La Órbita de Endor-, ya sabéis, la luna santuario donde viven los Ewoks de Star Wars,

CONTROL: CRT LODE 1 [PP] (13”)

“La Órbita de Endor” es el podcast de Antonio Runa, un podcast que analiza en profundidad todo lo que tenga que ver con ciencia ficción y fantasía.

CONTROL: SCIFI

CONTROL: CRT LODE 2 [PP] (4”)

Es entonces cuando se empieza a dedicar por completo a este proyecto y le da mayor profundidad a los temas. “Expediente FDM” era su otro podcast, que estaba relacionado con la plataforma de divulgación de Foros del Misterio, relacionada con Milenio 3 -el programa de Iker Jiménez en la Cadena SER-.

CONTROL: CRT LODE 3 [PP] (7”)

Lo que a Runa le reporta hacer un podcast....

CONTROL: CRT LODE 4 [PP] (12,5")

Afirma que si un día firmara un contrato con alguna corporación muy probablemente perdería esa independencia.

Su formato es un referente dentro del mundo del podcasting por la duración de sus programas, la media está en 3 horas (pueden ser 4, 6...)

CONTROL: CRT LODE 5 [PP] (12,5")

CONTROL: JINGLE EFE RADIO

CONTROL: FUNKYELEMENT [FUNDIR]

Cambiamos totalmente de temática y hablamos con el director de EFE Radio, Roberto Castañares, ahora de un formato informativo.

Efe Radio actúa como productora de contenidos para otros medios, clientes que pagan por dicha información. Con la llegada de Internet empezaron a subir también contenidos, en formato de podcast, a la red. ¿Qué les aporta?

CONTROL: CRT - EFE 1 [PP] (4")

CONTROL: CRT - EFE 2 [PP] (15")

Esos audios Efe los cuelga en Internet cuando ha pasado un tiempo y el cliente lo ha usado.

Desde que Spotify se ha convertido en un actor tan relevante, él ha observado que sus podcast tienen más escuchas

CONTROL: CRT - EFE 3 [PP] (16")

Pero, ¿la actualidad qué papel juega en todo esto?

CONTROL: CRT - EFE 4 [PP] (10”)

Abordando el tema de las nuevas narrativas y de lo que está por venir, Roberto Castañares dijo que:

CONTROL: CRT - EFE 5 [PP] (11”)

Con lo que la edad sí importa

CONTROL: MÚSICA GOINGHIGHER

No hay que olvidar la perspectiva de género en el podcasting, porque aunque es un formato más libre sí que en la pequeña investigación realizada para este TFG se ha observado una menor presencia femenina. Es verdad que hay mujeres referentes en el mundo de la radio pero también es cierto que dentro del sector sufren de factores discriminatorios. Celia Blanco es periodista, ha puesto en marcha su podcast «Con todos dentro» tras haber sido cesada de la Cadena Ser después de 5 años y medio... Celia Blanco nos dijo esto en base a su experiencia:

CONTROL: CRT CELIA BLANCO 1 [PP] (11”)

CONTROL: CRT CELIA BLANCO 2 [PP] (11,5”)

Reconoce que por su aspecto físico no la han acosado especialmente, pero sí que ha sufrido algún episodio que pone de manifiesto la discriminación existente:

CONTROL: CRT CELIA BLANCO 3 [PP] (13,5”)

Ella misma señala y valora como algo positivo que desde el año 93 que esto pasó hasta la actualidad, las mujeres hayamos aprendido a que este tipo de acciones se pueden y deben ser denunciadas.

CONTROL: CRT CELIA BLANCO 4 [PP] (14,5")

Ella desde su posición trata el tema de la salud sexual:

CONTROL: CRT CELIA BLANCO 5 [PP] (17")

Hay cargos, dentro del mundo del periodismo que cuesta más que estén asumidos por mujeres. Cargos directivos, o ciertas secciones. En el libro “Empleabilidad y calidad en el empleo de las mujeres periodistas”, publicado en 2019, una de las autoras, Dolores Rodríguez Barba -miembro del Departamento de Periodismo y Comunicación Global de la facultad de Ciencias de la Información y directora de Inforadio- afirma que “las mujeres periodistas tienen un conocimiento de la tecnología similar al del hombre, pero sin embargo destaca la precariedad que se da en estos espacios, sobre todo en las redacciones”. Por otro lado es bastante llamativo el dato de la APM (Asociación de Prensa de Madrid) ¡¡¡¡¡ LINK!!!! respecto a los puestos directivos en medios públicos: un 73% son hombres y un 27% mujeres. Cuando desde 2011, ha sido mayor el número de licenciadas y graduadas mujeres que hombres.

Celia Blanco lo vivió así:

CONTROL: CRT CELIA BLANCO 6 [PP] (14")

CONTROL: MÚSICA ONCEAGAIN

Vane Balón es comunicadora y autónoma, tiene su propio blog “Distrito Uve” y colabora en un programa de Radio 3 visibilizando a la mujer en la música rock y hardcore, con una sección que se llama Riot Girl. Ella valora positivamente el papel de la mujer dentro del periodismo radiofónico, pero no tanto en el ámbito musical.

CONTROL: CRT VANE BALÓN 1 [PP] (10,5")

CONTROL: CRT VANE BALÓN 2 [PP] (5")

También aportó su visión acerca de los actos discriminatorios:

CONTROL: CRT VANE BALÓN 3 [PP] (21'')

No podemos terminar sin tratar el tema de los aspectos legales en el podcasting, que causan verdaderos quebraderos de cabeza a los podcasters y que por ello hay mucha menos variedad de podcasts musicales en España, según Fran Izuzquiza. Vane Balón nos habla de su experiencia respecto a este tema:

CONTROL: CRT VANE BALÓN 4 [PP] (28'')

Antes de dar paso a un abogado profesor de la Universidad Complutense de Madrid para tratar esta cuestión. Vamos a escuchar a Juan Ignacio Solera, fundador de iVoox, sobre el acuerdo que tienen con la SGAE:

CONTROL: CRT iVoox SGAE [PP] (21,5'')

Y si le pregunto por a qué problemas legales se han enfrentado:

CONTROL: CRT iVoox UGC [PP] (30'')

Jorge Ortega Domenech pertenece al Departamento de Derecho Civil de la Universidad Complutense de Madrid. Pido disculpas por la calidad del audio...

CONTROL: CRT DOMENECH [PP] (13'')

Es probable que no hayan entendido bien su mensaje por la calidad del audio..., lo que el abogado viene a decir es que lo más importante es tener los derechos pertinentes para usar las obras, y es necesario tener las autorizaciones del autor/es de la música y letra; del intérprete y músicos y del productor del fonograma.

La música utilizada para este podcast es de libre uso, pero para respetar los derechos morales de sus autores se debe mencionar quién es el autor de la obra: en este caso han sido recogidas de la página “Bensound”.

CONTROL: MÚSICA CLEAR DAY [DE PP A PF]

Fin del viaje, recojan sus auriculares y guarden bien las ideas.

CONTROL: JINGLE RENFE [FUNDIR]

CONTROL: MÚSICA CLEAR DAY [RESOLVER]